

明星开网店卖食品 这生意可真不好做

近日,媒体爆出周杰伦、陈赫等多位明星纷纷进驻福州投资餐饮。而近年来,赵薇、刘嘉玲先后在天猫开卖红酒,林依轮、岳云鹏则做起了辣椒酱生意。在明星效应加持下,这种自带流量的“粉丝经济”模式似乎成了固定套路,但在运营过程中却“玩不转”——岳云鹏辣椒酱开卖一年后销量下滑近六成;赵薇、刘嘉玲的天猫店红酒月销量尚不及国产红酒批发商。褪去明星光环后,这些明星品牌在运营管理上出现短板。

辣椒酱单月卖1万多瓶
但岳云鹏的店销量少了

2016年9月,相声演员岳云鹏在淘宝开设“嗨嗨匹匹岳云鹏网店”,开卖辣椒酱、烩面等河南本土美食。据媒体报道,截至2016年10月10日,其店内仅“耗辣椒”一项单品月销量便达到1.86万瓶,河南烩面月销量也达到了1.74万盒,网店月销售额约70万元。

近一年过去了,8月4日,记者在岳云鹏的淘宝网店注意到,相比刚上线时,其辣椒酱月销量下滑了58%,烩面月销量下滑了70%,新拓展的莲藕豆皮、鸭舌等产品月销量也分别在3235件、1131件左右,并未出现刚开店时销量过万的火爆景象。

在销量“腰斩”的同时,其零售价格也出现了不同程度的下滑。以热销的3款辣椒酱为例,松子耗辣椒、腰果耗辣椒起初上市时价格为19.8元/瓶,牛肉耗辣椒价格为18.8元/瓶(均为205g/瓶),如今上述产品价格已被下调至16.8元/瓶和11.8元/瓶。

岳云鹏网店的辣椒酱是由河南一家工厂代工。在未降价前,即便是同厂出产、同样配方规格的产品,在贴上“岳云鹏”的明星标签后,每瓶零售价格便贵出约4-7元。

“明星食品如果不对产品进行二次升级创新,只是照搬代工工厂产品配方,换个贴牌包装溢价卖,这种商业模式肯定走不通。”中国食品产业评论员朱丹蓬对记者表示,明星投资食品产业自带品牌和流量优势,前期会吸引大批粉丝消费者,但最终还是要从品牌回归到品质本身。

多线贴牌运营
质量不容易把控

目前,不少明星投资食品产业大多采取一对多的贴牌生产模式,这也对品牌差异化及质量控制带来了挑战。

记者查询发现,岳云鹏的“嗨嗨匹匹”网店委托了8家代工厂,为其生产鸭脖、辣酱、豆干、蜂蜜、烩面、芝麻油等近10个类别的商品。

上述代工厂在电商平台也有相同配方甚至相同规格的产品在售。如岳云鹏网店在售的另一款香菇酱产品,售价为11.8元/瓶(245g),生产厂家为河南金味仔实业有限公司。而该公司原厂相同批号、相同规格的产品,也在以约9元/瓶(245g)的均价在其他电商平台上销售。

而同为代加工模式的林依轮旗下“饭爷”品牌,由贵州老干爹食品有限公司、四川王家渡食品有限公司、四川饭扫光食品有限公司、北京圣伦食品有限公司4家公司分别为其生产辣椒酱、

火锅底料、咸菜、调料等食品。但在代工方的官方旗舰店、官网等,却没有相同配方的产品出现,并且同类型产品在配料表上也存在较大差异。

朱丹蓬认为,这种多品类、多生产线、多厂家的生产及管理跨度很大,质量控制及食品安全风险较高,而当下多数明星食品公司大多是轻资产运作,用“刷脸”换销量式营销,在后端品控上投入力度较少,这对明星食品来说是巨大风险。

市场定位不明确
刘嘉玲卖红酒不如代理商

除辣酱、零食等产品外,红酒也成为众多明星投资的热门产业。近年来,赵薇、姚明、刘嘉玲、黄晓明通过直接投资收购酒庄、联合推定制红酒或直接代理的方式,相继进军这一市场。部分明星甚至直接开起了网店,主打大众消费市场。

以赵薇、刘嘉玲等知名演员为例,其旗下红酒品牌均在天猫设有网店,分别为“赵薇梦陇酒庄旗舰店”、“刘嘉玲生活品味海外旗舰店”。赵薇旗下的红酒价位从136元/瓶-1588元/瓶不等,月销售量在5541单左右,月营业额约为181万元;而主打电商渠道的刘嘉玲旗下红酒,价位从



岳云鹏的辣椒酱不好卖了

108元-498元不等,月销量约4707单,月营业额约94.95万元。

多位红酒从业者告诉记者,以刘嘉玲红酒品牌电商渠道的月销量来看,其销售规模还不如大代理商,“一般做国内品牌的省级红酒代理商,单月流水在300万元-500万元左右。”

中国副食流通协会副秘书长杨征建曾表示,目前电商渠道红酒最易接受的价格为39元/瓶-69元/瓶,传统渠道则为59元/瓶-89元/瓶,均维持在百元以下水平。对于明星投资红酒热潮来说,粉丝究竟是否为目标消费者,是哪一档红酒消费群体、后续如何变现等都是难点。

本报综合

星动向

郑爽要出书了

今年郑爽出道满8年,从《一起来看流星雨》的楚雨荨到《夏至未至》的立夏,她成长不少。8月16日,郑爽首部自传随笔集《郑爽的书》将面市,并于8月19号上海书展期间,进行新书首发签售。

据悉,《郑爽的书》分为三个部分,第一部分“告白”,也就是她向粉丝和读者的告白,从儿时的趣闻,到生活中的风雨,从亲情、友情再到爱情,她向读懂她的人,展现了完完全全的自己。第二部分“狂想”,这部分从A至Z排列,按照二十六个字母,完成二十六首札记,随性而作,好玩是她追寻的目标。第三部分“Ta说”收集了39篇短文散句,来自业界前辈、圈中好友、良师家人,与读者们分享他们眼中的郑爽。因为要兼顾拍戏和影视宣传,郑爽常常只能利用深夜时段写稿,还自己画插画,成了本书的亮点。李琦

宋仲基宋慧乔 今后难再合作

《太阳的后裔》在2016年掀起全球热潮,宋仲基、宋慧乔因戏结缘,两人也将在10月完婚,近来忙着宣传电影的宋仲基,每到访一地就被问及女友宋慧乔的问题,他8日随着《军舰岛》演员到访新加坡,再次谈到女方,却坦言两人未来恐难再合作。

电影《军舰岛》主演群8月8日下午在新加坡举办记者发布会,有记者直接向宋仲基提问,继《太阳的后裔》后,还会和未婚妻合作其他戏剧吗?他坦言“需要仔细想想,毕竟是在同一个工作团队,似乎有点难再合作。”婚后再见到“宋宋组合”合体演戏恐无望。话锋一转,宋仲基大方表示,婚礼会邀请《军舰岛》演员到场分享喜悦。

此前,还有媒体问到,宋仲基作为韩流明星,人气正旺,事业正处在上升期,现在结婚是否太早?宋仲基的回答也十分爽快,表示结婚是经过认真思考的,觉得人生已经到了这样一个阶段,更重要的是遇到了对的人,所以非常想结婚。而身边的朋友对他结婚的决定也非常支持。任原

《爸爸5》9月归来

8月8日上午,久未露脸的《爸爸去哪儿》官方微博账号发布一幅回归海报,正式宣布与观众“9月见!”。本次发声不仅意味着这档黄金综艺正式归来,也预示着全新的阵容与玩法将浮出水面。细心网友还发现此次发声正逢“8.8”这个日期(谐音“爸爸”),这声招呼虽然只一句话,但也颇显蓄势与用心。

据悉,本季节目首站即将开始录制,嘉宾或将会有额外惊喜。此前在官方投票中,贾乃亮与甜馨、修杰楷与咘咘、陈小春和儿子、吴尊与儿子等都是嘉宾选手,而近日电影大卖的吴京与其儿子“吴所谓”也在嘉宾名单之中。刘凯

明星开店你敢去吃吗?

韩寒餐饮连锁店两年被罚7次

明星进军餐饮业早已不是新鲜事,除了像任泉这样成功的,失败的案例似乎更多。韩寒、包贝尔等也早已瞄准餐饮市场,在全国各地大举开店扩张,但餐饮问题却不少,不仅屡次出现质量问题,还被有关部门罚款。明星餐饮靠着“明星脸”迅速扩张,但却疏于监督管理,也很成问题。



韩寒开店惹上不少麻烦

韩寒品牌店屡次被罚
还关了不少店

作为明星餐饮的代表品牌之一,韩寒投资的“很高兴遇见你”在开业后迅速成为网红品牌。但记者查询发现,其经营方上海烨翰餐饮管理有限公司旗下餐厅问题还真不少。多地工商及食药监部门的行政处罚信息显示,2015年至今,上海、宁波、武汉等地的6家店先后出现问题,因无证经营、鼠患严重或餐具大肠菌群超标被处以7次罚款或警告。

同样遭遇食品安全问题的,还有包贝尔参与投资的辣庄火锅店。今年3月,辣庄哈尔滨分店被曝鸭血用牛血兑水而成,服务员称鸭血从四川空运而来,但事后却被证明这些“假鸭血”来自哈尔滨一加工厂。

同时,不少明星餐饮也出现了关店潮。大众点评及公开资料显示,仅韩寒旗下的“很高兴遇见你”4家店铺均已关门。此前,

赵薇在三里屯开设的“乐福餐厅”、郭德纲在三里屯经营的“郭家菜”,最终都以关张告终。

餐饮连锁品牌战略顾问王冬明对记者表示,消费者去明星餐饮店很多时候是奔着明星去的,但当明星餐饮无法再满足消费者明星见面需求时,就需要好的产品来回顾客。

加盟模式快速扩张
却疏于管理

在食品安全问题频发和关店潮中,也暴露出明星餐饮店在供应链管理上存在的问题。

2016年10月,“很高兴遇见你”杭州分店因为拖欠货款,遭遇宁波供应商举横幅讨债。今年3月,“很高兴遇见你”西安分店关门,同样出现了拖欠供应商款项的问题。

记者查询发现,目前“很高兴遇见你”在全国11个城市有超过25家分店,主要以直营和加盟两种方式进行扩张。工商资料显示目前共有14家“很高兴

遇见你”餐饮公司,其中10家为加盟店,仅加盟费韩寒一年就能收500万元。

包贝尔的辣庄火锅同样采取加盟形式扩张。辣庄火锅官网显示,其全国门店有249家。如果以地级市加盟收费标准估算,其仅加盟费一项便已进账至少8000万元。

在依托明星效应“吸粉”赚钱的同时,这些品牌的当家明星却很少参与一线管理。“很高兴遇见你”一加盟负责人曾透露,在二三线城市,其采用特许经营的模式扩张,即加盟者出加盟费、品牌使用费、管理费等,授权方负责前门店装修、人员培训等。但在食材采购、餐厅运营等方面,总部的介入和管控力度并不多。

在辣庄火锅店出现冒充鸭血事件后,包贝尔也称在日常管理中参与较少。虽有明星效应,但加盟店一般疏于管理,无法掌控所有加盟店的质量。

李栋